|  |
| --- |
| **School of** **Economics and Management** |
|  |

Innovazione e sviluppo del prodotto

A.A. 2019/2020 – I Semestre

|  |  |
| --- | --- |
| Prof.  | Carolina Guerini |
| E-mail  | cguerini@liuc.it |
| Ufficio  | 8 piano –Edificio Torre |
| telefonoPhone  | +39-0331.572273 |

|  |
| --- |
|  |

# Obiettivi di Apprendimento

L’innovazione di prodotto è un’area fondamentale dell’innovazione d’impresa. Il corso Innovazione e sviluppo del prodotto si propone in dettaglio di fornire**:**

a) gli strumenti per la comprensione delle determinanti dell’innovazione aziendale;

b) le conoscenze utili per la generazione e la gestione dei processi innovativi in azienda;

c) le competenze per la formulazione di un piano di sviluppo del prodotto secondo le diverse logiche innovative che il corso concorre a classificare opportunamente;

d) le competenze per la ridefinizione del prodotto o l’innovazione di prodotto nell’ottica del soddisfacimento delle istanze “green”, “social”, “digital” e di quelle di natura tecnologica.

# Contenuti del Corso

# Il corso affronta le principali tematiche dell’innovazione di prodotto sulla base di un approccio esperienziale. Profondamente rinnovato per tenere conto delle recenti evoluzioni ambientali globali, darà largo spazio alle nuove esperienze aziendali di successo nell’ambito dell’innovazione di prodotto, trattando ed esemplificandone i diversi approcci: technology based, market- driven (distinti in tradizionali e creativi), basati sulla collaborazione (co-creation ed ecosystem). L’era della digitalizzazione rende, inoltre, necessario riservare spazio adeguato all’innovazione fondata sulle tecnologie digitali, anche dipendenti da fenomeni di digital-do-it Yourself (DIDY).

La parte finale del corso sarà dedicata all’approfondimento delle logiche di innovazione di prodotto nei settori ad alta intensità di ricerca quali *il farmaceutico*, un settore al centro di una profonda trasformazione dal punto di vista scientifico, tecnologico ed organizzativo, nel quale si richiede un’interazione tra le differenti discipline per fornire nuove soluzioni dal punto di vista diagnostico, terapeutico e preventivo.

# Metodologia Didattica

La metodologia didattica privilegiata è attiva e comprende:

* *Lezioni* – utili per la definizione dei concetti e per l’illustrazione dei principali strumenti di marketing;
* *testimonianze aziendali* – collaborano al corso esperti e manager coinvolti nei processi di Innovazione (*Innovation Manager*) e imprenditori di prestigiose aziende italiane ed internazionali ;
* *esercitazioni –*agli studenti verrà chiesto di esaminare, prima delle lezioni, alcune case history. I casi, preparati individualmente, verranno poi discussi in aula, collegialmente e forniranno esemplificazioni concrete;
* ***Seminario tematico di approfondimento:* sul settore farmaceutico.**

# Regole di Comportamento

Nell’interesse personale e dei colleghi, è necessario attenersi rigidamente alle seguenti regole di cortesia:

1. arrivare in aula puntualmente, e non abbandonare l’aula stessa, se non dopo aver ottenuto l’autorizzazione del docente;
2. i cellulari devono rimanere spenti durante gli orari di lezione;
3. la partecipazione dello studente alla discussione è parte del corso e del suo processo formativo! Anche al termine delle testimonianze lo studente dovrà sollecitare la discussione attiva con i relatori. Dovrà, infine, tenere nota degli argomenti e delle conoscenze trasferite dai testimoni aziendali, in quanto potenziali argomenti d’esame.

# Materiale Didattico Obbligatorio

Gli studenti dovranno preparare anticipatamente alcuni materiali indicati nel syllabus e /o dal docente, oltre al libro di testo:

Schilling, Izzo, *Gestione dell’innovazione*, Mc Graw, 3 edizione

**Modalità di valutazione**

L’esame per i frequentanti è scritto. Il programma è quello svolto in aula. La prova frequentanti si svolgerà **in data 17 dicembre**.

Lo studente frequentante ha l’opzione di potersi cimentare su un field project, in cui applicare le competenze trasferite nel corso e integrate dalla ricerca di gruppo. La presentazione del progetto si svolgerà in aula in data 1 ottobre 2019. L’azienda con cui lavoreranno gli studenti è Nestle’.

L’esame non frequentanti si svolge in forma scritta sul testo indicato e sui testi che indicherà il prof. Barbanti per il programma del workshop.

# Docenti del Corso

**Carolina Guerini (titolare)** è Professore Associato in Economia e Gestione delle Imprese alla LIUC e titolare dei corsi Marketing, Marketing internazionale, Digital Marketing, Google Analytics. Autrice di molteplici pubblicazioni scientifiche, ha seguito lo sviluppo dell’innovazione di prodotto in molteplici importanti imprese italiane. Ha curato la prima edizione italiana di Urban e Hauser, uno dei bestseller sulle tematiche di Innovazione di prodotto. Il suo expertise riguarda in particolare le discipline di marketing e comunicazione. Ha vinto il premio di eccellenza nella ricerca LIUC 2018.

**Paolo Barbanti è** titolare del corso “Managing R&D and Innovation” alla LIUC e Professore a contratto presso l’Università Vita e Salute San Raffaele Milano. E’ inoltre *Mentor* nel programma Fullbright-BEST promosso dall’Ambasciata degli Stati Uniti d’America. E’ considerato tra i massimi esperti italiani del settore sanitario e farmaceutico.

**Contatti:**

C.Guerini: ricevimento su appuntamento, piano ottavo, telefono: +39-0331-572.275 mail: cguerini@liuc.it

P.Barbanti: ricevimento su appuntamento, Edificio 1 – Primo piano, telefono: +39-0331-572.1 mail: pbarbanti@liuc.it

# Syllabus

|  |  |
| --- | --- |
| **Lezione 1**Docente: C.Guerini17 settembre  | **Argomento*** Introduzione al corso
* L’importanza dell’innovazione
* L’innovazione di prodotto come area dell’innovazione d’impresa
* L’innovazione di prodotto *tipica* delle imprese *made in Italy* e i problemi aperti

**Materiali:**Presentazione a cura del docente |
| **Lezione 2**Docente: C.Guerini24 settembre | **Argomento*** I fattori di successo nell’innovazione di prodotto
* Sturt-up e crowdfunding: quali e come selezionare?

**Testimonianza aziendale CrowdFundMe****Materiali:** Presentazione a cura del docente |
| **Session 3**Docente: C.Guerini1 ottobre | ***Argomento**** **Testimonianza aziendale*: Innovation Management in Nestlé***
* ***LANCIO DEL CHALLENGE NESTLE’***

**Materiali:** *Progetto di Gruppo Nestlé- brief* |
| **Session 4**Docente: C. Guerini8 ottobre | **Argomento*** Le fonti di innovazione e le logiche strategiche
* Logiche di innovazione a confronto: discussione casi aziendali

**Materiali**Presentazione a cura del docente |
| **Session 5**Docente: C. Guerini15 ottobre | **Argomento*** Il modello tradizionale per l’innovazione di prodotto: fasi e caratteristiche

**Materiali:**Presentazione a cura del docenteLuchs, Swan, review bibliografica sull’innovazione di prodotto,http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/jpim.12276/abstract Schilling, Izzo Cap. 5,7,10,11,12,13 |
| **Session 6**Docente: C.Guerini17 ottobre | **Argomento**Il modello tradizionale di sviluppo nuovi prodotti ( segue)* I suoi limiti e le riformulazioni

**Testimonianza Lindt****Materiali:**Presentazione a cura del docente |
| **Session 7**Docente: C.Guerini22 ottobre | **Argomento*** BtoB e logiche di innovazione a confronto:

**Testimonianza aziendale Rold****Materiali:**Presentazione a cura del docente |
| **Session 8**Docente: C.Guerini29 ottobre | **Argomento*** La creatività : significato e ruolo
* Le imprese creative e l’innovazione continua

**Materiali**Presentazione a cura del docente |
| **Session 9**Docente: C.Guerini5 novembre | **Argomento*** La *Green*, la *Blue Economy* e le tematiche di sostenibilità

**Testimonianza aziendale** **Materiali** Presentazione a cura del docente |
| **Session 10**Docente:C. Guerini12 novembre | **Argomento*** Innovazione digitale, Internet of things (IOT) e IA

**Testimonianza aziendale Neosperience** **Materiali:**Presentazione a cura del docente  |
| **Session 11**Docente:C.Guerini19 novembre | **Argomento*** L’innovazione di prodotto nel settore farmaceutico

**Testimonianza Sandoz** |
| **Session 12**Docente P. Barbanti26.11 | **Argomento** * Le varie fasi del processo di sviluppo di un farmaco e le sue interazioni
* Artificial Intelligence: sviluppo di nuovi prodotti e servizi per il Paziente
* La riorganizzazione del settore e i nuovi player

**Materiali:**Presentazione a cura del docente |
| **Session 13**Docente: P. Barbanti3.12 | **Argomento*** Piattaforme tecnologiche e drug discovery
* Il modello di impresa “tradizionale” e la “VIBCo”
* Strategia “ make or buy “

**Materiali:**Presentazione a cura del docente |
| **Session 14**Docente: P. Barbanti 5.12 | **Argomento*** Segmentazione del mercato e nuovi bisogni
* Medicina personalizzata e nuovi modelli di business
* L’interazione tra le varie competenze \*
* L’offerta di nuovi prodotti e servizi

**Materiali:**Presentazione a cura del docente |
| **Session 15**Docente: P. Barbanti12.12 | **Argomento*** Dall’Idea alla Start Up

**Materiali:**Presentazione a cura del docente |
| **Session 16**Docente : C. GueriniP. Barbanti **17.12.2019** | **Argomento*** Conclusioni e de briefing del corso
* **Prova scritta frequentanti**
 |